

Turistik Destinasyonlardaki Yerli Halkın Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi¹

The Effect Of Personality Types Of Local People In Touristic Destinations On Sustainable Consumption Behavior

İlknur ÖZSEZGİN²

Aydan BEKAR²

Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi / Received: 25.04.2022

Kabul Tarihi / Accepted: 27.07.2022

Doi: 10.48146/odusobiad.1108554

Atıf / Citation: : Özsezgin, İ. & Bekar, A., (2022). “Turistik Destinasyonlardaki Yerli Halkın Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi” ODÜSOBİAD 12 (3), 2227-2244 Doi: 10.48146/odusobiad.1108554

Öz

Sürdürülebilirlik; kendi ihtiyaçlarımızı ve isteklerimizi gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeden karşılayabilmeyi, bilinçli bir tüketim alışkanlığına sahip olmayı ifade etmektedir. Sürdürülebilir tüketim için sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, hükümetlerin yanı sıra toplumda yaşayan her bireye önemli görevler düşmektedir. Bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarını etkileyen unsurlardan biri de kişilik özellikleridir. Bu çalışmada turistik destinasyonlarda yaşayan yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi incelenmiştir. Evrenini Bodrum’da yaşayan yerli halkın oluşturduğu çalışmada, veri toplama aracı olarak Costa ve McCrae (1987) tarafından geliştirilen beş faktörlü kişilik tipleri ölçeği (dışa dönük, uzlaşmacı, öz denetimli, nörotizm ve deneyime açıklık) ile Doğan, Bulut ve Çımrın Kökalan (2015)’in geliştirdiği sürdürülebilir tüketim davranışları ölçeği kullanılmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf, yeniden kullanılabilirlik olmak üzere 4 faktörden oluşmaktadır. Kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerindeki etkisini belirlemek için Yol Analizi kullanılmıştır. Analiz sonucu bazı kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde pozitif veya negatif yönlü anlamlı etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgular ile ileriki çalışmalarda katılımcıların demografik özelliklerine, sürekli ya da geçici ikamet etmelerine ve sürdürülebilir tüketim motivasyonlarına göre de sürdürülebilir tüketim davranışlarının incelenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kavramlar: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı, Kişilik Tipi, Turistik Destinasyon, Yerli Halk, Turizm ve Çevre. Jel Kodu: P28, Q24, Q26, Z30, Z32

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’ndan 14. 01 2021 tarihli ve 128 Kayıt No’lu etik kurul raporu alınmıştır.

² Sorumlu yazar: Uzman, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Muğla, E-mail: ozsezginilknur@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8168-4031>

² Doç. Dr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği Bölümü, Muğla, E-mail: abekar@mu.edu.tr ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5309-1389>



Abstract

Sustainability means meeting our own needs and wishes without compromising the needs of future generations, and having a conscious consumption habit. In addition to non-governmental organizations, local governments and governments, every individual living in the society has important duties for sustainable consumption. One of the factors affecting the sustainable consumption behaviors of individuals is personality traits. In this study, the effect of personality types of local people living in touristic destinations on sustainable consumption behavior was examined. In the study whose population consisted of the local people living in Bodrum, the five-factor personality types scale (extroverted, accommodating, self-controlled, neuroticism and openness to experience) developed by Costa and McCrae (1987) with the sustainable consumption behaviors scale developed by Doğan, Bulut and Çımrın Kökalan (2015) was used. The scale of sustainable consumption behavior consists of 4 factors: environmental awareness, non-necessary purchasing, savings, and reusability. Path Analysis was used to determine the effect of personality types on sustainable consumption behaviors. As a result of the analysis, it was determined that some personality types have a positive or negative significant effect on sustainable consumption behavior. In the light of the findings obtained, it is recommended to examine sustainable consumption behaviors according to the demographic characteristics of the participants, permanent or temporary residence and sustainable consumption motivations in future studies.

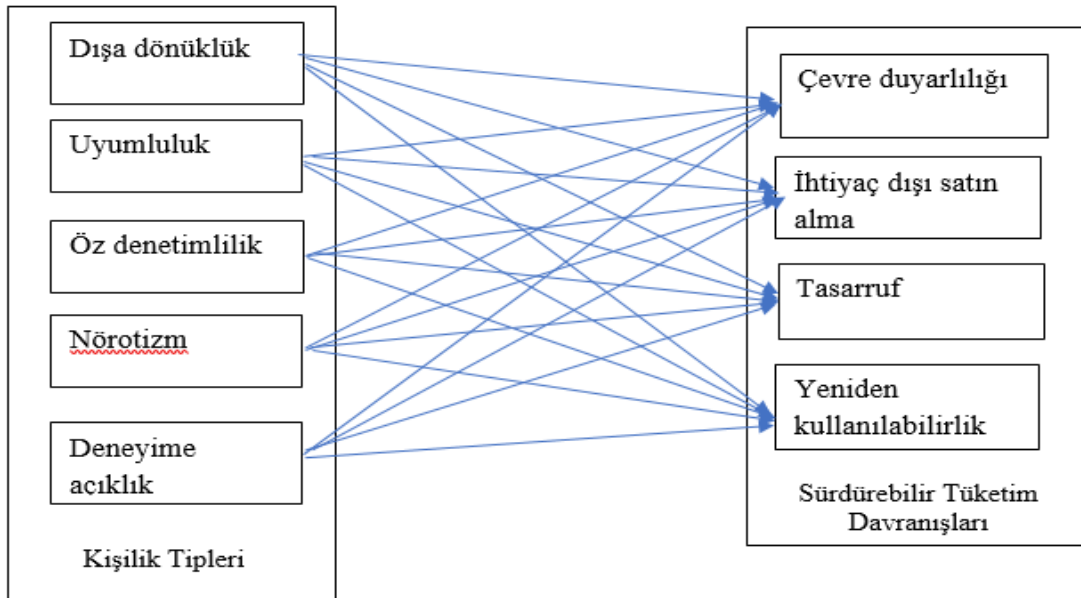
Keywords: Sustainable Consumption Behavior, Personality Type, Touristic Destination, Indigenous People, Tourism and Environment. *Jel Code:* P28, Q24, Q26, Z30, Z32

Giriş

19. yüzyılın başından itibaren hızlı bir şekilde ilerleyen modern sanayi toplumunun toplumsal şekillenmesinin temel dayanağı ihtiyaç ve isteklerin oluşturduğu üretim kavramıdır. Bu nedenle de 21. yüzyıla kadar meydana gelen çevre sorunları tüketimden çok üretimle ilişkilendirilmiştir. Ancak son yıllarda artan çevre sorunları ve küreselleşmenin topluma, çevreye ve ekonomiye verdiği zararlardan dolayı üretimin yanı sıra tüketime de odaklanılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilir tüketim anlayışı, sadece günümüzün değil, gelecekteki nesillerin de yaşamlarını sürdürebilmesini sağlayabilmek, insanların yaşam kalitelerinin garanti altına alınabilmesi için sonsuz istek ve ihtiyaçların biçimlendirdiği tüketim alışkanlıklarının yerini yavaş yavaş almaya başlamıştır (Doğan, Bulut ve Çımrın Kökalan, 2015: 661). Bireylerin davranışlarını nasıl düzenledikleri üzerinde çalışan psikologlar, bireyin anlık veya gelecekteki sonuçları önemseme özelliğine sahip olmalarının, davranışlar üzerinde etkili olup olmadıklarını incelemiştirler (Zimbardo ve Boyd, 1999: 1278). Yapılan çalışmalara bakıldığında, gelecekteki sonuçları önemseyen kişilerin daha az saldırgan oldukları (Joireman, Anderson, & Strathman, 2003: 1287), mali olarak daha sorumlu davrandıkları (Joireman, Sprott, & Spangenberg, 2005: 1163) belirlenmiştir. Anlık sonuçları önemseyen bireylerin ise davranışlarının gelecekteki değil, hemen getirdiği sonuçları daha fazla önemseddiği tespit edilmiştir (Joireman vd. 2008: 15'den aktaran: Sarı ve Topçuoğlu, 2019: 161). Sarı ve Topçuoğlu (2019)'nun bireylerin kişilik tipleri ile sürdürülebilir tüketim davranışları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada gelecekteki sonuçları önemseyen kişiler daha tasarruflu, daha az ihtiyaç dışı ürün satın alan davranışları sergiledikleri; bunun nedeninin ise

kendilerini gelecek nesillere karşı sorumlu hissetmeleri olabileceği açıklanmıştır. Anlık sonuçları önemseyenler ise daha az tasarruf eden, daha fazla ihtiyaç dışı satın alma yapan davranışlar göstermektedir. Bunun nedeni ise anı yaşamak ve geleceğe karşı sorumluluk hissetmemek olarak belirtilmektedir. Öte yandan yaşamakta olduğu evlerinin ya da mahallelerinin bulunduğu yer ile kendileri arasında bir ilişki olduğunu düşünen insanlar bu yerin güvence altında olabilmesi için daha kararlı davranabilmektedir (Lee, Yap ve Levy, 2016: 7). Hamşioğlu (2020) çalışmasında güçlü bir yer kimliğine sahip bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarına daha yüksek düzeyde katıldıklarını belirtmektedir. Yerleşim yeri kimliğinin sürdürülebilir davranışlara etkisiyle, bireyler yerleşim yerindeki çevresel bozulmaların önüne geçebilmek için daha proaktif davranabilmektedir. Yerleşim yerine bağlılık geliştiren kişiler, temiz ve yeşil bir çevre oluşturmayı yasalar ve kurullarla değil, içsel motivasyonla istemekte olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Günümüzde tüketimin daha sürdürülebilir bir hâle gelmesi için yerel yönetimler, hükümetler, sivil toplum kuruluşları çok sayıda çalışma yapmaktadır. Ancak sürdürülebilir tüketim anlayışının gelişmesi için yerli halkın desteği de çok önemlidir. Son dönemlerde hızlı nüfus artışı ve çevresel sorunlarla gündeme gelen Bodrum, önemli turistik destinasyonlardan biridir. Bireylerin davranışlarına yön veren kişilik özelliklerinin, sürdürülebilir tüketim davranışı üzerinde etkili olabileceği düşünüldüğünden bu çalışmada Bodrum'da yaşayan yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın problemi şu şekildedir: Turistik destinasyonlarda yaşayan yerli halkın sahip oldukları kişilik özellikleri sürdürülebilir tüketim davranışları üzerinde etkili midir? Çalışmanın problemi doğrultusunda kişilik tipleri ve sürdürülebilir tüketim davranışlarının alt boyutları da dikkate alınarak oluşturulan çalışmanın modeli Şekil 1'de görülmektedir.



Görsel 1: Çalışmanın Şekilsel Tasarımı



Kişilik Kavramı ve Beş Faktörlü Kişilik Kuramı

Kişilik, insanların çevresi ile oluşturduğu diğer insanlardan ayrıldığı, tutarlı ve yapılaşmış ilişki şeklidir (Cüceloğlu, 2003: 404). Bireyde kişiliğin oluşumu, hem genetik faktörlerden hem de çevredeki kültürel faktörlerden olabilmektedir. Bireyin doğduğu ortam, geliştiği sosyal ortam ve aile ortamı kişiliğin oluşumunda etkilidir. Kişinin doğumla birlikte gelen özelliklerini sonradan değiştirmek zordur ancak sonradan oluşmuş özelliklerini değiştirebilmek mümkün olabilmektedir (Atmaca, 2020: 492). Bireyler birbirinden farklı kişilik özelliklerine sahiplerdir. Bu nedenle olayları da farklı olarak algılayabilmekte, olaylara karşı farklı çözümler üretebilmektedir. (Erkuş ve Tabak, 2009: 216) İnsanlar karmaşık bir yapıya sahiptir ve bu durum insanların anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Bir kişiyi anlayabilmek için o kişinin kişiliğine dair bütün özellikleri bilinmelidir. kişilik oluşumunda doğuştan gelen özellikler ve sonrasında insana katılan çevresel, kültürel ve sosyal faktörler etkili olmaktadır (Gökben Çetin ve Beceren, 2007'den aktaran Songur ve Turan 2019: 315). Bir başka tanımla kişilik; bireyin tüm özelliklerini yansıtabildiği ve onu diğer bireylerden ayıran kendi özündeki tüm özellikler bütünüdür. Kişilik özelliklerini ölçmek için çeşitli çalışmalar yapılmış ve bu çalışmalar sonucunda da farklı modeller geliştirilmiştir. Kişilik, bireylerin bir davranışı neden yaptıklarının ve tercihlerindeki doğal eğilimlerin anlaşılmasını sağlayan bir sistemdir (Saygılı, Onay ve Ayhan, 2017: 64). Bireyin kişiliğinin oluşumunda genetik, çevrenin özellikleri, deneyimleri gibi farklı faktörler etkili olabilmektedir. Bu nedenle kişiliği açıklayan çok sayıda farklı tanımlar mevcut olabilmektedir. Kişiliğin oluşumu doğuştan ve sonradan kazanılan özelliklerle sağlanabildiği için kişiliğin de geliştirilebilir olmasını sağlamaktadır. Ayrıca kişilerin bir davranışta devamlılık göstermesi de o davranışın kişilik özelliği olabilmesi için gereklidir. (Turhan ve Tiftik, 2022: 190).

Kişilik özelliği yaklaşımları ile ilgili literatürde en yaygın kullanılan modellerden biri McCrae ve Costa (1987)'nin geliştirdiği "beş faktör kişilik modeli"dir. Bu modele göre birbirine zıt olan beş temel faktör yer almaktadır. Bu boyutlar (Serinikli, 2021: 19):

- Dışa dönüklük,
- Uyumluluk,
- Sorumluluk alma,
- Duygusal denge ve
- Deneyime açıklık boyutlarıdır.

Dışa dönüklük; hareketli ve iddialı olma, olumlu duygularla hareket etme ve heyecan arayışını ifade etmektedir. Dışa dönük kişilik özelliği düşük bireyler, kendilerini ifade etmek ve sesini duyurmaktan ziyade başkalarını dinlerken daha rahat hissetmektedirler. Uyumluluk kişilik özelliği yüksek bireyler başkaları tarafından güvenilir, yardımsever, iş birlikçi biri olarak algılanırken bu özelliğin daha düşük olduğu bireyler ise daha rekabetçi ve daha zorlayıcı olarak algılanmaktadır. (Turhan ve Tiftik, 2022: 192). Uyumluluk boyutu; güven duygusu ve yumuşak huylu olma, hoşgörü, alçak gönüllü olmayı barındırmaktadır (Ünal, Akbolat ve Palan, 2021: 4). Öz denetim kişilik özelliği düşük bireyler, daha dağınık düşünce yapısına sahip ve sınırlamalardan hoşlanmayan bireylerden oluşmaktadır. Nevrotik (sinirsel) kişilik özelliği yüksek düzeyde olan kişiler ruh hali sıklıkla değişen ve depresif olma eğiliminde

olurken, bu özelliğin daha düşük olduğu bireyler ise duygularında daha dengeli görülmektedir. Deneyime açık olma kişilik özelliğine sahip bireyler, çevresinde olan gelişmeleri sürekli olarak merak eden, gezmekten ve yeni şeyler öğrenmekten hoşlanan bireylerdir. Bu özelliğin düşük olması durumu ise yaratıcılık ve yeni şeyler öğrenmekten hoşlanmayan, değişimden hoşlanmayan kişileri belirtmektedir (Turhan ve Tiftik, 2022: 192-193). Yeniliklere açıklık ise, yeni fikir ve icatlara açık olma, gelişmeleri yakından takip etme ya da gelişmelere açıklık, hayal gücü gibi özellikleri taşımaktadır (Ünal, Akbolat ve Palan, 2021: 4).

Bornstein ve Cecero'ya (2000) göre beş faktör kuramı, bireyler arasındaki ilişkileri belirleyen en etkili analitik bakış açısıdır. Bireyler arasında olan birbirine bağımlı olmanın motivasyonel boyutunun kişinin aktif olmamasında; bilişsel boyutunun kişinin kendisini savunmasız olarak algılamasında; duygusal boyutunun kişinin kendisini endişeli hissetmesinde ve davranışsal boyutunun bireyin uyumlu, sessiz ve daha sakin kalabilmesinde belirleyici olduğu belirtilmektedir. Bireyin kendisini savunmasız olarak algılaması ve kaygılı hissetmesi nevrozizm boyutunun alt boyutlarının ikisi, pasif olması ve davranışlarının sessizliği ise dışadönüklük boyutunun alt boyutlarının ikisi ve uysal davranışı ise yumuşak başlılık boyutunun alt boyutundan birinde yer almaktadır (Ulusoy ve Durmuş, 2011: 9). Beş faktörlü kişilik kuramı, dışa dönük ve içe dönük olarak iki gruba ayrılmış kişilik özellikleri teorilerinden farklı olarak her kişilik özelliğini ayrı ele almaktadır. Bu kişilik özellikleri ise bir uçta düşük düzey ve bir uçta yüksek düzey arasında ölçümlenmektedir (Turhan ve Tiftik, 2022: 192).

Kişilik, bireyin hem kendisini tanıması hem de başkalarını tanıyabilmesi için önemlidir. Kişiliğin davranışlarda hem içeride hem de dışarıda tutarlılık göstermesi gerekmektedir (Çiçek ve Arslan, 2020: 136). Kişilik, bir bireyin davranışını tahmin etmek ve açıklayabilmek için yardımcı olabilecek davranış modellerine odaklanmaktadır. Kişilik geliştirilebilir olma özelliğine sahiptir. Ancak, bu gelişim için bireyin kendisini doğru bir şekilde değerlendirebilmesi ve çevresindeki kişileri de gözlemleyebilmeli, dış göz ile nasıl görüldüğünü değerlendirebilmesi gerekmektedir (Turhan ve Tiftik, 2022: 190). Bireylerin aynı olaylar karşısında farklı tepkiler vermesinin nedeni kişilik özelliklerinin farklı olmasıdır (Erkuş ve Tabak, 2009: 216). Kişilik oluşumuna etki eden başlıca faktörler incelendiğinde, kişinin genetik yapısı, ailesinden aldığı kalıtsal özellikler, içinde bulunduğu çevrenin toplumsal ve kültürel özellikleri, yaşadığı ortam, dış çevre, doğup büyüdüğü ortamdaki kişiler, anne ve baba kişilik özelliklerinden etkilenerek oluştuğu söylenebilmektedir. Birey doğduğu andan itibaren hatta anne karnında olduğu süre içinde de çevresi ile iletişim halindedir. Çevresiyle sürekli etkileşim halinde olan bireyin kişilik özellikleri, çevrede meydana gelen değişikliklerden etkilenmektedir.

Sürdürülebilir Tüketim Davranışı

18. yüzyılda sanayileşme dönemi ile birlikte günümüze kadar yaşanan gelişmelerle ülkeler ekonomik olarak gelişebilmek, refah düzeyini artırmak ve daha fazla gelişebilmek için kaynaklarını hızla kullanmışlardır. 20. yüzyıldan sonra ise hızla nüfusun artması ile tüketim hız kazanmış, gıda ve enerji kaynakları azalmaya başlamıştır. 1970'li yıllara kadar bireylerin refah düzeylerinin artırılması amaçlanırken, aynı yıllarda çevreyle ilgili de bilinçlenmeye başlanılmıştır. 1972 yılında küresel düşünce kuruluşu olan Roma Kulübü, "Büyümenin Sınırları" isimli raporun yayınlanması ile dünya kaynaklarının, nüfus artışı ve ekonomik büyümeyi artık karşılayamadığını açıklamıştır. Bununla



birlikte süreç, sürdürülebilirlik düşüncesinin 1987 yılında literatüre alınmasıyla hızlanmıştır (Hayta, 2009: 144). Çevresel konular ile paralel olarak sürdürülebilir tüketim kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Çevre kirliliğinin artması, suya ve diğer doğal kaynaklara ulaşımın zorlaşması ve kaynakların azalması, ozon tabakasındaki deliğin neden olduğu sorunlar, küreselleşme ve iklim değişikliği sorunlarının hissedilir olmaya başlaması sürdürülebilir tüketim davranışlarının gerekliliğini göstermiştir. Sürdürülebilir tüketim davranışının gelişebilmesi için ise tüketicilerin satın alma süreçlerinde ekolojik yurttaş düşüncesiyle hareket etmeleri ve satın alma davranışını gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Karalar ve Kiracı (2011) bireylerin tüketim davranışlarında; küreselleşme, ürünlerin fiyatlarındaki düşüş, kentleşme ve kadınların iş hayatında yer almaya başlaması, yaşam kalitesinde yükselme, çevre sorunlarının belirginleşmesi gibi birtakım unsurların etkili olduğunu belirtmişlerdir. Tüketim kavramı ilk olarak 1992 yılında Rio'da düzenlenen Dünya Zirvesi'nde, Sürdürülebilir Kalkınma Eylem Planı Çerçevesi'nde yer alan Gündem 21'e konu olmuştur. Kavram kesin olarak Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü olan, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Raporu'nda netlik kazanmıştır. Rapora göre sürdürülebilirlik; "gelecek kuşakların ihtiyaçlarını da dikkate alarak, yaşam döngüsü bakış açısı ile doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık salınımlarının ve çevreyi kirlletici maddelerin kullanımını en aza indirgerken, temel gereksinimleri karşılayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan malların ve hizmetlerin kullanımı" şeklinde tanımlamıştır (OECD, 2002). Sürdürülebilir tüketim kavramı ile ilgili literatürde ikilik bulunmaktadır. Bu ayrıma göre sürdürülebilirlik tüketimin azaltılması değil, tüketimden kaçınma, farkındalık ve alternatif oluşturmayı vurgulamaktadır (Doğan, Bulut ve Çımrın Kökalan, 2015: 661).

İnsanoğlunun sınırsız ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlara karşılık dünyadaki kaynakların ise sınırlı olması kaynakları en iyi şekilde yönetmenin önemini göstermektedir. İnsanların ihtiyaçlarının karşılanması için üretim yapılırken, Sanayi Devrimi de bu ihtiyaçların artmasında önemli rol oynamıştır. Pazarlama ile birlikte ise olmayan ihtiyaçların var gibi hissettirilmesi söz konusu olmuştur (Cengiz, 2021: 132). Sürdürülebilirlik, ekolojik denge ve ekonomik açıdan büyümeyi birlikte değerlendirirken, doğal kaynakların korunaklı bir şekilde kullanılması, çevre kalitesinin bozulmaması ve gelecek nesillerin de ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulmasını ifade etmektedir (Hayta, 2009: 144). Kotler, Armstrong, Harris ve He (2020), sürdürülebilir tüketimde, azaltmak, onarmak, yeniden kullanım, geri dönüşüm ve yeniden tasarım yapılması başlıca uygulamalar olarak belirtilmektedir. Sürdürülebilir tüketim davranışı, ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere üç boyutu olan bir kavramdır. Sürdürülebilirlik kavramının ekonomik boyutu sektörel olarak hem üretici hem de tüketici için adaletli ücret politikası olurken; çevresel boyut, bitkisel ve hayvansal üretim faktörlerini de dikkate alarak doğal çevreye zarar vermemeyi ifade etmektedir. Sosyal boyut ise üretim aşamaları ile toplumun öncelik ve ihtiyaçlarının birbirine uyum sağlamasıdır (Sarı ve Topçuoğlu, 2019: 160). Sürdürülebilir tüketim hareketinin yaygınlaşabilmesi ve bu sürecin gelişebilmesi için birtakım paydaşların varlığına gereksinim duyulmaktadır. Bu paydaşlar işletmeler, devletler, tüketiciler, uluslararası ve sivil toplum kuruluşlarından oluşmaktadır. Tüketiciler sürdürülebilir tüketim davranışının oluşmasında ve gelişmesinde önemli bir role sahiptir. Ancak diğer paydaşların da desteği olmadan tam bir başarıya ulaşılması da mümkün değildir. Bireyler ürün satın almada davranışları ile ürün üreten işletmeleri ve kamu yönetiminin davranışlarını etkileyebilmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011: 72). Devlet yönetimleri,

sivil toplum kuruluşları ve işletmeler sürdürülebilirlik konusunda farkındalık oluşturabilmek için, son yıllarda daha fazla faaliyet yapmaktadır. Sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için tüketimin de sürdürülebilir hale getirilmesi önem taşımaktadır. Bu aşamada ise tüketicilerin eğitim almalarının sağlanması ve bilinçlendirilmeleri için yapılacak çalışmalar sürdürülebilir tüketime katkı sağlayabilmektedir (Eroğlu ve Bayraktar Köse, 2021: 31). Toplumda yaşayan bireylerin talepleri her geçen gün artarken ve farklılaşırken, doğal kaynaklar da sınırlıdır. Talepleri karşılamada kullanılan ürünlerin, kullanımdan sonra doğaya çöp olarak atılması da çevresel sorunlara sebep olmaktadır. Toplumda yaşayan bireylerin ihtiyaçlarını da karşılayarak gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir dünya bırakmak ve gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını karşılayabilmek için her birey sorumlu hareket etmelidir (Tekin, 2021: 37). Tüketicilerin topluma ve doğayı korumaya yönelik bilinçli tüketim davranışı sergilemeleri ve çevreye duyarlılıklarını artırmaları kaynakların sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Son yıllarda da sürdürülebilir tüketim davranışı çerçevesinde gönüllü sadelik, yavaş yemek gibi ekolojik temelli yaşam biçimleri de gelişme göstermeye başlamıştır (Fuchs ve Loren, 2004: 19).

Kalkınmanın önemli bir bileşeni olan sürdürülebilir tüketim, çevresel sorunlar için de önemli bir kaynaktır. Tüketimin sürdürülebilirliği, ekonomik gelişmeye de katkı sağlamaktadır. Dünya nüfusunun artması ile tüketimin seviyesinin düşmesi mümkün olmamaktadır. Ancak tüketicilerin bilinçli tüketime yönelmesini sağlamak mümkündür. Sürdürülebilir tüketim, bireyin çevresel konularla ilgili kaygılanması yerine, çevreye ve doğaya olumlu yansıtacak davranışlar sergilenmesidir. (Gür, 2022: 34). Nüfus artışı ile birlikte insanların çevreye bıraktıkları izler de artmaktadır. Çevreye bırakılan karbon ayak izinin en aza indirilmesi için sürdürülebilir tüketim davranışının önemi büyüktür. Sürdürülebilir tüketim davranışı, ürün ve hizmet satın alırken çevreye en az zarar vereni tercih etmektir (Akdeniz ve Dursun, 2022: 81). Sürdürülebilir tüketim bu özelliğinden dolayı üreticilerin de ürün ve hizmet üretiminde çevreye en zarar verecek yolu seçmesini gerektirmektedir.

Sürdürülebilirlik, kaynakların sınırlı olması ve insan ihtiyaçlarını karşılama gereksiniminden dolayı ekonomi biliminin konusu olmuştur. Sürdürülebilirlik, günlük yaşam içinde çok sık karşılaşılan bir kavramdır. Bu nedenle ünlü markalar da sundukları ürün ve hizmetleri sürdürülebilir kategorisinde üretmeye özellikle dikkat etmektedir (Cengiz, 2021: 132). 21. Yüzyılın başından beri dünyanın karşılaştığı en önemli krizlerden biri ekolojik kriz olmuştur. Bu krizin durmasını sağlayacak en iyi yol ise sürdürülebilirliktir. İnsan tarım devriminin olduğu yıllar hatta daha öncesinden beri, çevresindekileri tüketen bir varlıktır. Bu nedenle de 1970'lerde ekolojik krizin çözümüne yönelik, yeşil hareket ve sürdürülebilirlik kavramları ile bağlantı kurulmuştur. Ayrıca devletlerin büyüme ve kalkınmaya yönelik politikaları da ekolojik anlamda krizin kaynağıdır. Sürdürülebilirlik, ekolojik krize bir çözüm olarak gelecek vaat etmektedir. Bu kavram doğal çevredeki sistemlerin uyumluluğunu, modern yaşamın devam edebilmesi için, çevresindeki doğal kaynakları kullanan medeniyetlerin nasıl doğa ile uyum içinde olacağı üzerinde durmaktadır. Önceki yıla kıyaslandığında % 40 daha fazla tüketim yapan toplumların sürdürülebilirlik bilincini geliştirmesi hayati önem taşımaktadır. İhtiyaçlar dâhilinde üretim ve tüketimin dengede olması gerekmektedir. Örneğin, kullanılan bir ürünün organik olduğunun bilinmesi tüketici açısından rahatlatıcı bir unsurdur (Boschele, 2020: 12). Dünya Ekonomik Forumu'na göre, yapılan araştırmalar tüketicilerin % 74'ünün sürdürülebilir kalkınma hedefleri hakkında farkındalık sahibidir. (Kotler, Kartajava ve Setiawan, 2021: 104).



Devlet yönetimleri, sivil toplum kuruluşları ve işletmeler sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Tüketicinin bilinçli olması son yıllarda üzerinde önemle durulan bir konudur. Bu konuda ise tüketicilerin eğitimi ve bilinçlendirilmesinin sürdürülebilirliğe katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Eroğlu ve Bayraktar Köse, 2021: 31). İçinde bulunduğumuz çağda, iş çevresinde, bilimsel çevrede ve dünya çapında kalkınma ve refah seviyesinin yükselmesi için kilit konumdadır. Çünkü çevreye verilen zararın en aza indirilmesinde işletmelerin alacakları kararların da payı bulunmaktadır (Ersöz ve Gülsevin Ersöz, 2022: 35). Bazı giyim firmaları çevreye bırakılan ayak izlerini en aza indirebilmek için farklı planlamalar yapmaktadırlar. Bu şekilde giyim ürünleri tercih edecek bireylerin sürdürülebilirliğe katkı sağlayan ürünleri tercih etmeleri beklenmektedir (Akdeniz ve Dursun, 2022: 81). Bazı kaynaklar geri dönüşü olmaksızın tükenirken, tüketiciler alışverişlerinde, ürün tercihlerinde çevreye en az zarar verene yönelerek sorumlu davranış sergilemektedir. Tüketicilerin tercihleri ise üreticilerin ürün ve hizmet üretimine bu şekilde yön verebilmektedir. Gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri ve yaşamlarını sürdürebilmeleri için, gıda israfından kaçınılması, üretimde geri dönüştürülebilir malzemelerin tercih edilmesi, tüketicilerin de ürün satın alırken daha bilinçli seçimler yapmaları ve bu konuda eğitimler sunulması da sürdürülebilirlik açısından önemli belirleyicilerdir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma ile turistik destinasyonlarda yaşayan yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu araştırma, araştırma yöntemine göre nicel bir çalışmadır. Araştırmanın evrenini Bodrum'da yaşayan yerli halk oluşturmaktadır. Örneklemine ise yerli halk arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul etmiş 419 katılımcı oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların kişilik tiplerini belirlemeye yönelik ifadeler; ikinci bölümde sürdürülebilir tüketim davranışını ölçmeye yönelik ifadeler, son bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. Katılımcıların kişilik tiplerini belirlemek için Costa ve McCrae (1987) tarafından geliştirilen ve Türkçeye uyarlaması Somer ve arkadaşları (2002) tarafından yapılan Beş Faktör Kişilik Ölçeği (5FKÖ) kullanılmıştır. Katılımcıların sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmek için ise Doğan, Bulut ve Çımrın Kökalan (2015)'in geliştirdiği "Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Ölçeği" kullanılmıştır. Her iki ölçekte yer alan ifadeler 5'li Likert Tipi şeklinde (1:kesinlikle katılmıyorum- 5:kesinlikle katılıyorum) hazırlanmıştır. Çalışmaya için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 14. 01 2021 tarihli ve 128 Kayıt No'lu etik kurul raporu alınmıştır.

Araştırmada analizlere geçmeden önce kullanılan ölçeklerde açıklayıcılığı düşük ya da anlaşılmayan ifadeleri ayıklamak için madde analizi ve ayırt edicilik analizi yapılmıştır. Madde analizi sonucu her iki bölüm için de $p < 0,05$ olduğu tespit edilmiştir. Ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach's Alpha katsayısı ile tespit edilmiştir. Buna göre kişilik tipleri ölçeğinin güvenilirliği 0.709; sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik ölçeğin güvenilirliği 0.759'dur. Kullanılan her iki ölçeğin geçerlilik çalışmaları daha önce yapıldığı için yeniden açımlayıcı faktör analizi yapılmamış; söz konusu ifadelerin doğru faktör

altında toplam toplanmadığını belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Kişilik tiplerini belirleyen ölçek 5 faktörden (dışa dönük, uzlaşmacı, öz denetimli, nörotizm ve deneyime açıklık) ve toplam 25 ifadeden oluşmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucu faktör yükleri düşük olan 4 ifade (uzlaşmacı ve öz denetimli boyutlarından 2'şer ifade) ölçekten çıkartılarak yeniden uygulanmıştır. Ölçüm modelinde uyum; ki kare uyum testi (χ^2/df); karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), Tucker Lewis indeksi (TLI) ve yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) aracılığıyla incelenmiştir. Çalışmada ilk oluşturulan modelde istenilen uyum indekslerinin elde edilememesinden dolayı modifikasyon işlemi yapılmıştır. Modifikasyon sonrası X^2/df değeri 3,065; CFI değeri 0,85; TLI değeri 0,848 ve RMSEA değeri 0,070 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Battal ve Durmuş, 2017: 71; Sarmiento ve Costa, 2019). Sürdürülebilir tüketim davranışına yönelik ölçek ise 17 maddeyi içeren 4 faktörden (çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf, yeniden kullanılabilirlik) oluşmaktadır. Ölçüm modelinde X^2/df değeri 2.026; CFI değeri 0,966; TLI değeri 0,959 ve RMSEA değeri 0,050 olarak tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan anket 28.02.2021 – 31.03.2021 tarihleri arasında yüz yüze ve çevrim içi olarak toplanmıştır. Elde edilen 419 verinin normal dağılım gösterip göstermediğini tespit etmek için çok değişkenli normallik testi uygulanmıştır. Verilerin George ve Mallery (2010)'a göre kabul edilebilir değerler olan +2 ile -2 değerleri arasında olduğu ve parametrik koşulları sağladığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri yüzde dağılım (%) şeklinde değerlendirilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde ise Gizil Değişkenlerle Yol Analizi'nden yararlanılmıştır. İlk uygulamada uyum indekslerinin elde edilememesinden dolayı modifikasyon işlemi yapılmıştır. Yol analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri χ^2/sd 2,211; RMSEA; 0,05; TLI değeri 0,886; CFI 0,90'dır. Bu sonuçlar, modelin veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Sarmiento ve Costa, 2005; Battal ve Durmuş, 2017: 71). Araştırmada gerçekleştirilen analizler için SPSS ve AMOS 21.0 kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamına alınan bireylerin % 62,3'ü kadındır. Yaş dağılımları incelendiğinde % 12,9'unun 24 yaş ve altı, % 44,9'unun 25-34, % 25,1'inin 35-44, % 12,2'sinin 45-54 yaş aralığında olduğu; 55 ve üzeri yaş grubunun ise % 5 olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun gençlerden ve orta yaşlı bireylerden oluşmasının nedeni pandemiden kaynaklı yasaklardan dolayı ileri yaş gruplarına ulaşmada sıkıntı yaşanmasıdır. Katılımcıların ortalama yarısının medeni durumu evlidir. Eğitim durumuna göre ise katılımcıların yarısı lisans mezunu; % 20,5'i lisansüstü, % 14'ü ön lisans mezunudur. İlköğretim ve/veya orta öğretim mezunu olanların oranı ise 14,6'dır. Katılımcıların % 6'sı emekli, % 18,8'i ise herhangi bir işte çalışmamaktadır. Özel sektörde çalışanların oranı % 34,4 iken, % 30,3'ü kamu çalışanı, geri kalanı ise serbest meslek sahibidir. Aylık ortalama bireysel gelir durumuna göre ise yaklaşık % 20'sinin 2800 TL ve altı gelire sahip olduğu; % 17,9'unun 2801-3800 TL, % 12,9'unun 3801-4800 TL arasında olduğu, geri kalanların ise 4800 TL üzeri gelire sahip olduğu belirlenmiştir (% 49,4).

Turistik bir destinasyon olan Bodrum'da yaşayan yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisini belirlemeye yönelik yapılan yol analizi sonuçlarına ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.



Tablo 1: Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisine İlişkin Yol Analizi Sonuçları

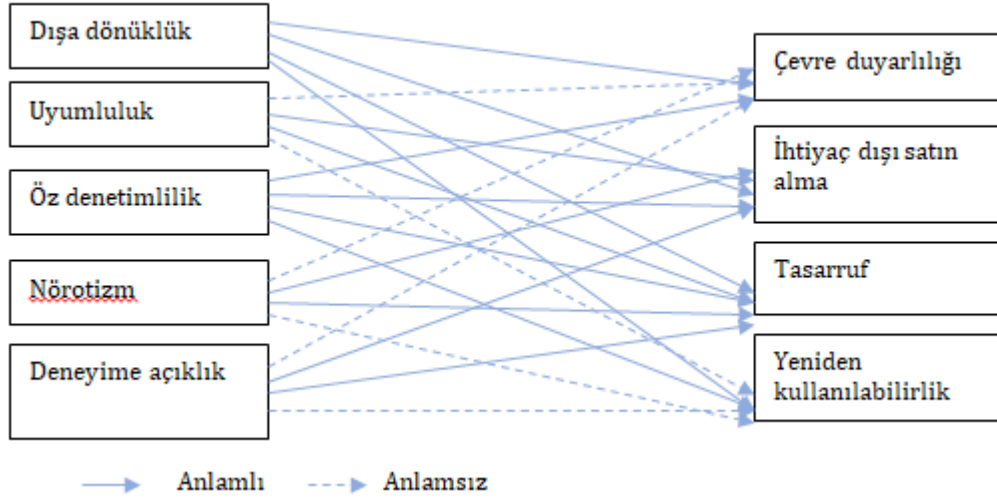
<i>*Etkiler</i>	<i>Standardize β</i>	<i>Standart hata</i>	<i>p</i>
(Kişilik tipi → Sürdürülebilir tüketim davranışı)			
Dışa dönük → Çevre duyarlılığı	-1,369	,523	***
Dışa dönük → İhtiyaç dışı satın alma	,939	,191	***
Dışa dönük → Tasarruf	-1,334	,492	***
Dışa dönük → Yeniden kullanılabilirlik	-1,922	,762	***
Uzlaşmacı → İhtiyaç dışı satın alma	-,575	,109	***
Uzlaşmacı → Tasarruf	-,344	,115	***
Öz denetimli → Çevre duyarlılığı	1,778	1,763	***
Öz denetimli → İhtiyaç dışı satın alma	-,824	,587	,008**
Öz denetimli → Tasarruf	1,805	1,664	***
Öz denetimli → Yeniden kullanılabilirlik	2,410	2,619	***
Nörotizm → İhtiyaç dışı satın alma	,162	,051	***
Nörotizm → Tasarruf	-,284	,080	***
Deneyime açıklık → İhtiyaç dışı satın alma	,431	,143	,012**
Deneyime açıklık → Yeniden kullanılabilirlik	-,315	,221	,014**

*** $p < 0,001$ ** $p < 0,05$

*Modele göre sadece istatistiksel olarak anlamlı olan etkiler verilmiştir.

Buna göre dışa dönük kişilik tipinin ihtiyaç dışı satın alma davranışı üzerindeki etkisi pozitif yönlü ve anlamlı iken ($\beta=0,939$, $p < 0,001$); çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik davranışı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı, fakat negatif yönlüdür. Uzlaşmacı kişilik tipinin ihtiyaç dışı satın alma ve tasarruf davranışı üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif yönlü iken; çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik üzerindeki etkisi ise istatistiksel olarak anlamsızdır ($p > 0,05$). Öz denetimlilik çevre duyarlılığı ($\beta=1,778$), tasarruf ($\beta=1,805$) ve yeniden kullanılabilirlik ($\beta=2,410$) üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahipken; ihtiyaç dışı satın alma üzerinde anlamlı fakat ters yönlü bir etkiye sahiptir. Nörotizm kişilik tipi ise ihtiyaç dışı satın alma üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip iken; tasarruf üzerinde ise negatif yönlü bir etkiye sahiptir. Nörotizm kişilik tipi çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik üzerinde ise etkili değildir. Buna göre duygusal dengenin satın alma veya tasarruf yapma davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Deneyime

açık kişiliğin ihtiyaç dışı satın alma üzerindeki etkisinin pozitif yönlü; yeniden kullanılabilirlik üzerindeki etkisinin ise negatif yönlü olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Deneyime açık ve uyumluluğun/uzlaşmacı kişiliğin çevre duyarlılığı ve yeniden kullanılabilirlik üzerinde etkili olmadığı görülmektedir. Çalışmada tasarlanan kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisine ilişkin etkiler aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:



Görsel 2: Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisine İlişkin Yol Analizi Sonuçları

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışma Bodrum'da ikamet eden yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışlarına etkisini değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Veriler anket ile toplanmıştır. Kişilik tiplerini belirlemek için dışa dönük, uzlaşmacı, öz denetimli, nörotizm ve deneyime açıklık faktörlerinden oluşan beş faktörlü kişilik tipleri ölçeği kullanılmıştır. Sürdürülebilir tüketim davranışlarını ölçmek için kullanılan ölçek ise çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf, yeniden kullanılabilirlik olmak üzere 4 faktörden oluşmaktadır. Çalışmada katılımcıların çoğunluğunun genç ve orta yaşlı, eğitim durumlarının ise lisans ve lisansüstü olduğu görülmektedir. Çalışmanın gerçekleştirildiği dönem pandemi dönemi olduğu için özellikle orta yaş üstü bireyler için bazı yasakların söz konusu olmasından kaynaklı katılımcıların çoğunluğunun gençlerden oluştuğu düşünülmektedir. Ayrıca verilerin çoğunlukla çevrim içi ortamda toplanması orta yaş üstü gruba ulaşamamanın bir nedeni olabilir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre dışa dönük kişilik tipine sahip bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışı alt boyutlarından ihtiyaç dışı satın alma davranışı üzerindeki etkisi pozitif yönlü ve anlamlı iken; çevre duyarlılığı, yeniden kullanılabilirlik ve tasarruf boyutları üzerindeki etkisi anlamlı fakat negatif yönlüdür. Uyumlu kişilik özelliğine sahip bireylerin ise ihtiyaç dışı satın alma davranışı ve tasarruf etme boyutu üzerindeki etkisinin ise negatif yönlü ve anlamlı olduğu görülmektedir. Nörotik kişiliğin ihtiyaç dışı satın alma üzerinde pozitif olarak etkili olduğu; tasarruf etme üzerinde ise anlamlı fakat ters yönlü olduğu belirlenmiştir. Buna göre nörotik kişilerin daha fazla ihtiyaç dışı satın alma eğiliminde olduğu söylenebilir. Deneyime açık kişilik yapısı ihtiyaç dışı satın alma üzerindeki etkisinin pozitif yönlü; yeniden kullanılabilirlik üzerindeki etkisinin ise negatif yönlü olduğu görülmektedir.



Uslu, Divanoğlu ve Uslu (2019)'un çalışmasında beş faktör kişilik ölçeğinin alt boyutları olan dışa dönüklük ile satın almaya karşı koyamama ve plansız davranma arasında; uyumluluk ile rasyonel davranma arasında, sorumluluk ile rasyonel davranma arasında, nevrotiklik ile satın almaya karşı koyamama ve plansız davranma arasında artı yönlü bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Nevrotiklik ile alışverişe yönelik olumlu duygular arasında eksi yönlü ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Akdoğan ve Durmaz (2021)'in çalışmalarında dışa dönüklük kişilik özelliğinin çevre bilinçli tüketim, sade tüketim üzerinde etkisinin olmadığı, sorumluluk kişilik özelliğinin çevre bilinçli tüketim ve etik tüketim üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ekber ve Gurbanova (2021)'nin dışa dönüklük kişilik özelliğinin hedonik tüketim davranışını üzerinde etkili olmadığını, deneyime açıklık kişilik özelliğine sahip kişilerin ise hedonik tüketim davranışını sergileyebileceğini belirtmiştir. Bu çalışmanın sonuçları da diğer çalışmaların sonuçlarına benzer niteliktedir. Dışa dönük kişilik yapısına sahip bireylerin ihtiyaç dışı satın almaları Uslu, Divanoğlu ve Uslu (2019)'un çalışmasını destekler nitelikte iken, Ekber ve Gurbanova (2021)'nin sonucunu desteklememektedir. Diğer taraftan bilimsel olarak netleşmemiş olmakla birlikte pandemi döneminde bireylerin genellikle daha fazla alışveriş yaptığı, hatta çoğunluğunun ihtiyaç dışı satın almalar gerçekleştirebildikleri hem ulusal hem de uluslararası basında yer almaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada da farklı kişilik tiplerinin ihtiyaç dışı satın alma eğilimleri farklılık gösterebilir. Deneyime açıklık kişilik yapısına sahip bireyler farklı şeyleri deneyimleme eğiliminde oldukları için alışverişte rasyonel davranamayıp daha fazla ihtiyaç dışı satın alma eğiliminde olabilirler. Ya da bu kişiler Ekber ve Gurbanova (2021)'nin belirttiği gibi keyif veya haz amaçlı tüketim yapabilirler. Kişilik özelliklerinden uyumluluğun çevre bilinçli tüketim yapma, etik tüketim, sosyal sorumlu tüketim üzerinde anlamlı ve artı yönlü bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Nevrotik kişilerin daha fazla satın alma eğiliminde olmasının nedeni alışverişin psikolojik tatmin vermesi, rahatlama ihtiyacı olabilir. Buna göre duygusal dengenin satın alma veya tasarruf yapma davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Jaiswal ve Kant (2018), çevre kaygısının, sürdürülebilir ürünlere yönelik olumlu tutum oluşturduğunu, ancak çevre ile ilgili bilgi sahibi olmanın sürdürülebilir tutumu etkilemediğini belirtmişlerdir.

Çalışmada öz denetimli kişilik yapısının çevreye duyarlılık, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu fakat ihtiyaç dışı satın alma üzerindeki anlamlı etkinin ise ters yönlü olduğu belirlenmiştir. Özhan ve Talih Akkaya (2018)'nin kişilik tiplerinin kompulsif (kişinin iradesiyle kontrol edemediği davranışı) satın alma üzerindeki etkisini incelediği araştırmasında, sorumluluk kişilik özelliği ile kişinin kontrol edemediği satın alma davranışının ters orantılı olduğu; Akdoğan ve Durmaz (2021) ise sorumlu hissetme kişilik özellikleri ile bilinçli tüketim arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Öz denetimli kişilik yapısının çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik üzerindeki artı yönlü anlamlı olmasının nedeni bu kişilik yapısındaki bireylerin gelecek nesiller için, çevrelerine ya da kendi geleceklerine karşı sorumluluk bilincinde olmaları olabilir.

Sürdürülebilir tüketim, sonsuz ihtiyaçlara sahip tüketicilerin yaşamlarını kaliteli bir şekilde sürdürmelerine olanak sağlarken, gelecek kuşakların da aynı ihtiyaçları karşılayabilmeleri için tüketicilerin geliştirmesi gereken bir davranış biçimidir. Turistik destinasyonlar sürekli olarak ikamet eden yerli halkın dışında çok sayıda yabancı misafire de ev sahipliği yaptığı için mevcut kaynaklarını

kullanırken bilinçli hareket etmelidir. Dünyanın sahip olduğu kaynakları daha etkin kullanabilmek, doğal çevreye olan zararı en aza indirmek için bilinçli tüketim alışkanlıkları geliştirmek, yaşam kalitesinin artırılması konusunda da önemli bir belirleyicidir. Bu çalışmada Bodrum'da yaşayan yerli halkın kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışına etkisi incelenmiştir. Bunun dışında katılımcıların demografik özelliklerine, sürekli ya da geçici ikamet etmelerine ve sürdürülebilir tüketim motivasyonlarına göre herhangi bir karşılaştırma yapılmamıştır. Ayrıca veri toplama aşaması pandemi dönemine tekabül ettiği için veriler çoğunlukla çevrim içi toplanmıştır. Dolayısıyla çevrim içi ortamda ulaşılamayan kişiler çalışmaya dâhil edilememiştir. Örneklemin daha homojen olması farklı sonuçlar verebilir. İleride yapılacak çalışmalarda tüketicilerin sürdürülebilir tüketim motivasyonları incelenebilir. Bunun dışında tüketicilerin yaş, eğitim vb. demografik özellikleri, Bodrum'da sürekli ya da geçici ikamet etmeleri tüketim üzerinde etkili olabilir. Benzer çalışmalar yerli ve yabancı turistler üzerinde de yapılabilir. Bu çalışmada tüketicilerin kişilik tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranışları üzerinde farklı etkilere sahip olduğu belirlenmiştir. Sahip olunan kaynakların kıt olduğu ve hatta tükenmek üzere olduğu düşünüldüğünde bütün tüketiciler için sürdürülebilir tüketim davranışı bilincinin geliştirilmesinde eğitimin önemli olduğu görülmektedir.

Yazar Katkıları

Çalışmaya; Yazar 1: % 50, Yazar 2: % 50 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

“Turistik Destinasyonlardaki Yerli Halkın Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi” başlıklı makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Akdeniz, P. C., ve Dursun, Y., (2022). Sürdürülebilir Tüketim Motivasyonunda Sürdürülebilir Moda Kavramının Etkisi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 79-110.
- Akdoğan, L., ve Durmaz, Y., (2021)., Kişilik Özelliklerinin Bilinçli Tüketim Davranışı Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 782-814.
- Atmaca, T., (2020). Öğretmenlerin Kişilik Tipleri ile Mesleğe Yabancılaşma Arasındaki İlişki, *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 491-506.
- Battal, F., ve Durmuş, İ., (2017). Modern Ahilik Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (63), 71-84.
- Bornstein, R., F., ve Cecero, J., J., (2000). Deconstructing Dependency in a Five-Factor World: A Meta-Analytic Review, *Journal of Personality Assessment*, 74(2), 324-343.
- Boschele, Aydoğan, F., (2020). Sürdürülebilirlik Tüketim ve Medya, *İnsan&İnsan*, 7(26), 11-23.



- Cengiz, G., (2021). Sürdürülebilir Tüketim Ekseninde Sürdürülebilir Moda Pazarlaması Uygulamaları, *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 3(2), 131-144.
- Cüceloğlu, D., (2003). İnsan ve Davranış, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çetin Gökben, N., ve Beceren, E., (2007). Lider Kişilik: Gandhi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (5), 110-132.
- Çiçek, İ., ve Arslan, A. E. (2020). Kişilik ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri: Kuramsal Bir Çerçeve, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 10(1), 135-145.
- Doğan, O., Bulut, Z., A., ve Çımrın Kökalan, F., (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 659-678.
- Doğar, N. ve Gürsoy, A. (2017). Kişilikle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki ve Bu İlişkide İş Tatmininin Aracılık Etkisi. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 27(1), 113-146.
- Ekber, Ş ve Gurbanova, Z., (2021). Kişilik Özelliklerinin Faydacı ve Hedonik Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisi, *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 1-14.
- Erkuş, A., ve Tabak, A., (2009). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çatışma Yönetim Tarzlarına Etkisi: Savunma Sanayiinde Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2), 213-241.
- Eroğlu, F., ve Bayraktar Köse, E., (2021). Sürdürülebilir Tüketim Ekseninde Tüketicinin Korunması, Eğitimi ve Bilinçlendirilmesi İçin Bir Öneri Olarak Tüketici Geliştirme Merkezi (TÜGEMER), *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 16 (2), 31-47.
- Ersöz, H., Ö., ve Gülsevin Ersöz, F., (2022). BİST Aydın ve Denizli Şehir Endekslerinde Yer Alan Şirketlerin Çevresel Sürdürülebilirlik Kodları, *Business, Economics and Management Research Journal*, 5(1), 34-49.
- Fuchs, D., A., ve Lorek, S., (2004). Sustainable Consumption: Political Debate and Actual Impact, SERI Background Paper, ISSN 1729-3545 https://www.researchgate.net/profile/Sylvia-Lorek/publication/241874645_Sustainable_Consumption_Political_Debate_and_Actual_Impact/links/56a2956508aef91c8c0f1246/Sustainable-Consumption-Political-Debate-and-Actual-Impact.pdf
- George, D. ve Mallery, M. (2010). SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 Update, 10th Edition, Pearson, Boston.
- Gür, D., (2022). *Çevresel ve Sosyo-Psikolojik Faktörlerin Organik Gıda Tüketim Niyeti Üzerine Etkileri*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Adana.

- Hamşioğlu, A., B., (2020). Yerleşim Yeri Kimliği ve Sürdürülebilir Tüketim: Burdur İlinde Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(27), 369 – 380.
- Hayta, A. B. (2009), Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü, *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.
- Jaiswal, D., ve Kant, R. (2018). Green Purchasing Behaviour: A Conceptual Framework and Empirical Investigation of Indian Consumers, *Journal of Retailing and Consumer Services*, (41). 60-69.
- Joireman, J., Anderson, J., ve Strathman, A. (2003). The Aggression Paradox: Understanding Links Among Aggression, Sensation Seeking, and The Consideration of Future Consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1287-1302.
- Joireman, J., Sprott, D. E., ve Spangenberg, E., R., (2005). Fiscal Responsibility and The Consideration of Future Consequences, *Personality and Individual Differences*, (39), 1159–1168.
- Karalar, R., ve Kiracı, H., (2011). Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 63-76.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., C., ve He, H., (2020). Principles of Marketing, (8th European Edition). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0. New Jersey: Wiley & Sons
- Lee, C. K.C, Yap, C. S. F. ve Levy, D. S. (2016). Place Identity and Sustainable Consumption: Implications for Social Marketing, *Journal of Strategic Marketing*, 24(7), 1-16.
- McCrae, R. R., ve Costa, P. T. (1987). Validation of The Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), 81–90.
- OECD (2002). Towards Sustainable Household Consumption? Trends and Policies in OECD Countries .<https://www.oecd.org/env/consumption-innovation/1938984.pdf>
- Özhan, Ş., ve Akkaya, Talih, D., (2018). Kişilik Özelliklerinin Kompulsif Satın alma Eğilimi Üzerindeki Etkisi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(4), 101-116.
- Sarı, S., ve Topçuoğlu, F., (2019). Kişilik Tiplerinin Sürdürülebilir Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 159-169.
- Sarmiento, R. P. ve Costa, V. (2019). Confirmatory Factor Analysis-A Case Study. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1905/1905.05598.pdf> adresinden 18.11.2021
- Saygılı, M., Onay, Ö., A., ve Ayhan, M., (2017), Kişilik Özellikleri Bağlamında Yaşam Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma, *Yorum-Yönetim-Yöntem Uluslar Arası Yönetim- Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5(2), 61-72.



- Serinikli, N., (2021). Üniversite Öğrencilerinin Cam Tavan Algıları ile Beş Faktör Kişilik Özellikleri İlişkisi, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 16-28.
- Somer, O., Korkmaz, ve M., Tatar, A., (2002), Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi – I Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması, *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 21-33.
- Songur, A., ve Turan, T., (2019), Kişilik Özelliklerinin Müşteri Davranışına Etkisi: Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(35), 313-345.
- Tekin, N., (2021). Sürdürülebilir Tüketim ve Spor İlişkisi, *FOCUSS Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 35-46.
- Turhan, Ö., ve Tiftik, C., (2022). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çatışma Yönetme Stratejilerine Etkisi, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (12), 181-210.
- Ulusoy, Y., ve Durmuş, E., (2011), Kişilerarası Bağımlılık eğitiminin Beş Faktör Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 01-21.
- Uslu, Divanoğlu, S., ve Uslu, T., (2019). Kişilik Özelliklerinin İçgüdüsel Satın Alma Davranışlarına Yansımaları, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, (9), 215-234.
- Ünal, Ö., Akbolat, M., ve Palan, G., (2021). Sağlık Çalışanlarının Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Şiddete Maruz Kalma ve Şiddet Görme Korkusu Arasındaki İlişki, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 24, (1), 1-14.
- Zimbardo, P. G., ve Boyd, J. N. (1999). Putting Time in Perspective: A Valid, Reliable Individual-Differences Metric, *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271-1288.

Extended Abstract

In recent years, due to the increase in environmental problems and the damage caused by globalization it has been necessary to focus on consumption along with production. Sustainable consumption is the assurance of the consumption concept in which people meet their endless needs for future generations (Doğan, Bulut and Çımrın Kökalan 2015). When the literature is examined, there are studies that examine the relationship between individuals' personality characteristics and sustainable consumption behaviors. Local governments (municipality), governments, non-governmental organizations and many institutions are doing a lot of work in order to make the consumption behavior sustainable. However, the support of local people is also important for the development of consumption habits of individuals.

Bodrum, which has recently come to the fore with rapid population growth and environmental problems, is one of the important touristic destinations. Since it is thought that the personality characteristics that shape the behaviors of the individuals may have an impact on the sustainable consumption behavior, the effect of the personality types of the local people living in Bodrum on the sustainable consumption behaviors was examined in this study. In line with this information, the problem of the study is "Are the personality types of the local people living in touristic destinations effective on their sustainable consumption behaviors?" is the sentence. Personality is a consistent and structured relationship form that separates people from other people they form with their environment (Cüceloğlu, 2003:404). Personality is important for the individual both to know himself/herself and

to get to know others. Personality needs to show consistency in behavior both internally and externally (Çiçek & Arslan, 2020: 136). The reason why individuals give different reactions to the same events is that their personality traits are different (Erkuş & Tabak, 2009: 216).

The concept of consumption was first included in the Agenda 21 of the Sustainable Development Action Plan Framework at the Earth Summit held in Rio in 1992 (OECD, 2002). The unlimited needs of human beings and the limited resources in the world in response to these needs show the importance of managing resources in the best way (Cengiz, 2021: 132). Sustainable consumption, which is an important component of development, is also an important source for environmental problems. Sustainability of consumption also contributes to economic development. With the increase in the world population, it is not possible to decrease the level of consumption. However, it is possible to make consumers turn to conscious consumption. Sustainable consumption is to exhibit behaviors that will reflect positively on the environment and nature, instead of worrying about environmental issues. (Gür, 2022: 34).

With this research, it is aimed to reveal the effect of personality types of local people living in touristic destinations on sustainable consumption behavior. This research is a quantitative study according to the research method. The population of the research consists of the local people living in Bodrum. The sample consists of 419 participants, who were chosen by the convenience sampling method among the local people and voluntarily accepted to participate in the study. Questionnaire form was used as data collection tool in the research. The questionnaire created within the scope of the research was collected face-to-face and online between 28.02.2021 and 31.03.2021. A five-factor personality type scale consisting of extrovert, accommodating, self-controlled, neuroticism and openness to experience was used to determine personality types. The scale used to measure sustainable consumption behaviors, on the other hand, consists of 4 factors: environmental awareness, unnecessary purchasing, savings, and reusability.

According to the results obtained from the study, while the effect of individuals with extrovert personality type on the non-necessary purchasing behavior, which is one of the sub-dimensions of sustainable consumption behavior, is positive and significant; its effect on environmental awareness, reusability and saving dimensions is significant but negative. On the other hand, it is seen that the effect of individuals with adaptive personality traits on unnecessary purchasing behavior and saving dimension is negative and significant. Neurotic personality has a positive effect on unnecessary purchasing; On the other hand, it was determined that it was significant, but inversely, on saving. Accordingly, it can be said that neurotic people tend to buy more out of necessity. The positive effect of the personality structure open to experience on unnecessary purchasing; It is seen that the effect on reusability is negative. In the study, it was determined that the self-controlled personality structure had a positive and significant effect on environmental awareness, saving and reuse, but the significant effect on non-necessary purchasing was reversed.

